

For Better Decisions

Brand Awareness Report 2012 (Deutschland)

– **Werbewahrnehmung von Marken und Modellen
bei Autokäufern im Jahr 2011** –

Teaser, Februar 2012

Informationen zur Studie

Brand Awareness Report 2012 (Deutschland)

– Werbewahrnehmung von Marken und Modellen bei Autokäufern im Jahr 2011 –

Erscheinungsdatum:	Februar 2012
Erscheinungsform:	pdf
Herausgeber:	<i>puls</i> Marktforschung GmbH, Schwaig bei Nürnberg
Preis:	EUR 390,- zzgl. MwSt.
Umfang:	ca. 100 Seiten

Befragung bei Autokäufern

Zielgruppe:	Über 12.000 Autokäufer in Deutschland
Bezugszeitraum:	Januar 2011 bis Dezember 2011
Fragebogen:	monatlich ca. 6 Minuten
Methode:	Online-Befragung im Rahmen des AutokäuferMonitors (AKM) von <i>puls</i>

Besonderheiten der Stichprobe

Befragung von Personen, die sich unmittelbar vor / nach dem Autokauf befinden

→ **Zielgruppe, die für Werbe- und Verkaufsförderungsaktivitäten von zentraler Bedeutung ist**

Tracking der Ergebnisse über 12 Monate

→ **Benchmarkanalysen, übersichtliche Zeitreihenanalysen nach Marken, Modellen sowie Preis- und Modellsegmenten**

Fragestellungen / Inhalte

Werbung

- Welche Marken und Modelle sind Autokäufern in 2011 besonders aufgefallen?

Medienberichterstattung

- Welche Marken haben Autokäufer besonders positiv /negativ wahrgenommen?

Verkaufsförderungsaktivitäten

- Welche Marken sind Autokäufern mit Verkaufsförderungsaktivitäten besonders aufgefallen?

Neumodelle

- Wie hoch war die Marketingeffizienz der Neumodelleinführungen?
- Welche Potenziale versprechen die Modelle?

Inhaltsübersicht	
A.	Hintergrund und Studiendesign Seite 00
B.	Management Summary Seite 00
C.	Werbewahrnehmung Seite 00
D.	Wahrnehmung der Medienberichterstattung Seite 00
E.	Wahrnehmung von Verkaufsförderungsaktivitäten Seite 00
F.	Wahrnehmung von Neumodell-Einführungen Seite 00
G.	Impressum / Anhang / Ansprechpartner Seite 00

For Better Decisions 2

Januar 2011: BMW X3



Juli 2011: VW Golf Cabrio



Februar 2011: Mazda 5



August 2011: Chevrolet Cruze



März 2011: Opel Corsa



September 2011: VW New Beetle



April 2011: Audi A6



Oktober 2011: Honda Civic



Mai 2011: Ford Focus



November 2011: Audi Q3



Juni 2011: Kia Picanto



Dezember 2011: Opel Ampera



C. Werbewahrnehmung: Modelle im Gesamtmarkt

Werbewahrnehmung – Modelle im Gesamtmarkt*:

Muster

Marke	Gesamt	Jan 11	Feb 11	Mrz 11	Apr 11	Mai 11	Jun 11	Jul 11	Aug 11	Sep 11	Okt 11	Nov 11
VW Passat												
VW Golf												
Alfa Romeo Giulietta												
Audi A1												
Mercedes Benz C-Klasse												
Opel Insignia												
BMW 5er												
Ford Focus												
VW Jetta												
BMW 1er												
Audi A6												
Opel Astra												
BMW 3er												
Mercedes Benz E-Klasse												
Audi A3												
Opel Corsa												
VW Tiguan												
Dacia Duster												
Audi A4												
Volvo S 60												
Audi A5												
Ford Focus C-MAX												
Nissan Qashqai												
VW Polo												
Keine												

* Ranking nach der Gesamtwahrnehmung im Jahr 2011

E. Wahrnehmung von Verkaufsförderungsaktivitäten: Sondermodelle

Wahrnehmung im Gesamtmarkt* und bei eigenen Käufern / Interessenten

Muster

Marke	Gesamt		Bei eigenen Käufern / Interessenten	
	2011	2010	2011	2010
VW				
Opel				
Audi				
Ford				
Citroën				
BMW				
Renault				
Fiat				
Toyota				
Peugeot				
Alfa Romeo				
Mercedes-Benz				
Dacia				
Škoda				
Seat				
Honda				
Hyundai				
Chevrolet				
Kia				
Mazda				
Mitsubishi				
Nissan				
Aston Martin				
Volvo				
Keine				

Quelle: puls Marktforschung GmbH

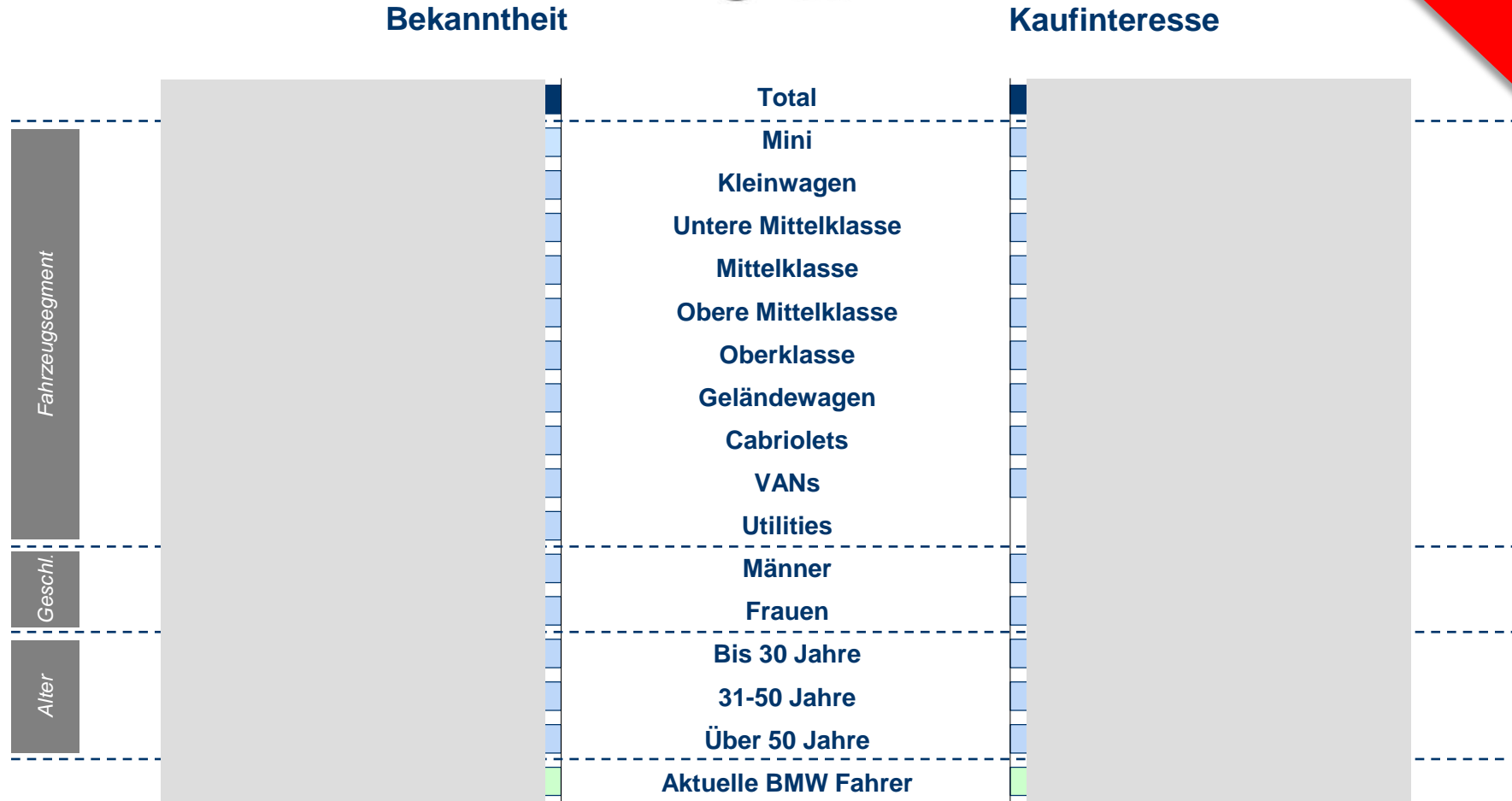
* Ranking nach der Gesamtwahrnehmung im Jahr 2011

F. Neumodell-Einführungen 2011

BMW X3: Bekanntheit und Kaufinteresse

Muster

puls Neumodell-Check



In %
Basis: n = 1.010



Unsere Faxnr.: +49 (0)911 / 95 35 404

Ich bin interessiert an der Studie

„**Brand Awareness Report 2012:**

Werbewahrnehmung von Marken und Modellen bei Autokäufern im Jahr 2011“.

- Bitte kontaktieren Sie mich für weitere Informationen.

- Ich bestelle die Studie zum Preis von **€ 390,-** zzgl. MwSt. – die Zahlung erfolgt per Rechnung.

Firma: _____

Name: _____

Abteilung / Position: _____

Anschrift: _____

E-Mail: _____

Telefon: _____



Niklas Haupt
Partner

Kontaktdaten
Röthenbacher Str. 2
D-90571 Schwaig bei Nürnberg

Tel: +49 (0) 911/ 95 35 - 418
Fax: +49 (0) 911/ 95 35 - 404
E-Mail: haupt@puls-marktforschung.de

www.puls-marktforschung.de

Informationen zu *puls* Marktforschung



Gründungsjahr:	1990
Feste Mitarbeiter:	20
Mitarbeiter Telefonstudio:	140
Firmensitz:	Schwaig bei Nürnberg

Kerngeschäft: **Quantitative und qualitative Marktforschung**
(Schwerpunkte: Automotive und Finance)

Ziel: ***For Better Decisions***
Individuelle Marktforschungskonzepte und
Empfehlungen für erfolgreiche Markenstrategien
und Vertriebskonzepte.

Aktive Mitgliedschaften:





For Better Decisions

puls Marktforschung GmbH

Röthenbacher Straße 2
90571 Schwaig bei Nürnberg

Tel. 0911-9535-400
Fax 0911-9535-404

haupt@puls-marktforschung.de
www.puls-marktforschung.de

Geschäftsführer: Dr. Konrad Weißner • Ust-ID-Nr.: DE 133 554 286 • Ust-Nr.: 241/135/41 284 • Amtsgericht Nürnberg • HRB 11034

